

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN TRANSMISI
HARGA TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT
PADA PETANI SWADAYA DI DESA BABAT BARU
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT**

***ANALYSIS OF MARKETING CHANNELS AND PRICE
TRANSMISSION OF OIL PALM FRESH FRUIT BUNCHES
(FFB) OF SWADAYA FARMERS IN BABAT BARU VILLAGE
KIKIM BARAT DISTRICT LAHAT REGENCY***



**Bunga Desmita Anggraeni
05011181823028**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

SUMMARY

BUNGA DESMITA ANGGRAENI. Analysis of Marketing Channels and Price Transmission of Oil Palm Fresh Fruit Bunches (FFB) of Swadaya Farmers in Babat Baru Village Kikim Barat District Lahat Regency (Supervised by **ELISA WILDAYANA**).

Babat Baru Village is one of the areas where a large number of residents are engaged in oil palm farming. Farmers in Babat Baru Village are independent smallholders so that in the marketing process of oil palm fresh fruit bunches (FFB) to the Palm Oil Mills (PKS) it is carried out through existing marketing institutions both through collectors and wholesalers this will affect the price that farmers will receive. The objectives of this study were (1) analyzing marketing channels, marketing margins of oil palm fresh fruit bunches (FFB), and farmer share in Babat Baru village Kikim Barat district Lahat regency. (2) analyze price changes (price transmission elasticity) of palm oil at the PKS level with prices at the farmer level in Babat Baru village. The selection of research sites was done deliberately. This research was conducted in November. The data collected are primary and secondary data. The research method used is survey method. As for the sampling method using the census method and snowball sampling method. The results of the research that has been done can be concluded that there are two patterns of marketing channels in the village of Babat Baru, Kikim Barat district namely channel 1 includes farmers-merchant collectors-palm oil factories and channel 2 includes farmers-largescale-palm oil factories. On marketing channel 1 has a marketing margin value of IDR 340/Kg, has a net profit of IDR 120/Kg and farmer share percentage of 86,1%. On channel 2 has a marketing margin value of IDR 170/Kg, with a profit of IDR 50/Kg and a farmer share percentage of 93,0%. The most efficient marketing channel is marketing channel 2 because it has a greater farmers share value and a lower marketing margin than marketing channel 1. The elasticity value of FFB transmission at the factory level to the price of FFB at the farm level is 0,85 where $E_t < 1$ indicates that the current marketing system is not efficient.

Keywords: independent smallholders, marketing channels, price transmission

RINGKASAN

BUNGA DESMITA ANGGRAENI. Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat (Dibimbing oleh **ELISA WILDAYANA**).

Desa Babat Baru merupakan salah satu daerah yang penduduknya cukup banyak yang menjalankan usahatani kelapa sawit. Petani di Desa Babat Baru merupakan petani swadaya sehingga dalam proses pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit ke pabrik kelapa sawit (PKS) dilakukan melalui lembaga pemasaran yang ada baik itu melalui pedagang pengumpul maupun pedagang besar maka akan mempengaruhi harga yang akan diterima oleh petani. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran TBS kelapa sawit dan *farmer share* di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat. (2) Menganalisis perubahan harga (elastisitas transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani di Desa Babat Baru. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja. Penelitian ini dilakukan pada bulan November. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Adapun metode penarikan contoh menggunakan metode sensus dan metode *snowball sampling*. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat dua pola saluran pemasaran yang ada di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat yaitu saluran 1 meliputi petani-pedagang pengumpul-pabrik kelapa sawit dan saluran 2 meliputi petani-pedagang besar-pabrik kelapa sawit. Pada saluran pemasaran 1 memiliki nilai margin pemasaran sebesar Rp 340/Kg, memiliki keuntungan bersih sebesar Rp 120/Kg dan persentase *farmers share* sebesar 86,1%. Pada saluran 2 memiliki nilai margin pemasaran sebesar Rp 170/Kg, dengan keuntungan sebesar Rp 50/Kg dan persentase *farmers share* nya sebesar 93,0%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran 2 karena memiliki nilai *farmers share* yang lebih besar dan margin pemasaran yang lebih rendah dari saluran pemasaran 1. Diperoleh nilai elastisitas transmisi harga TBS di tingkat PKS terhadap harga TBS di tingkat petani sebesar 0,85 dimana $E_t < 1$ ini mengindikasikan bahwa sistem pemasaran yang berlangsung belum efisien.

Kata kunci: petani swadaya, saluran pemasaran, transmisi harga

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN TRANSMISI
HARGA TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT
PADA PETANI SWADAYA DI DESA BABAT BARU
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT**

Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Bunga Desmita Anggraeni
05011181823028

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

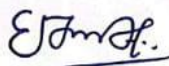
**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN TRANSMISI
HARGA TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT
PADA PETANI SWADAYA DI DESA BABAT BARU
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT**

SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:
Bunga Desmita Anggraeni
05011181823028

Indralaya, September 2023
Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Elisa Wildavana, M.Si.
NIP.196104261987032007


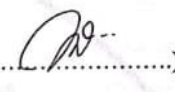


Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat” oleh Bunga Desmita Anggraeni telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 01 Agustus 2023 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|---|------------|--|
| 1. Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.
NIP 197708122008122001 | Ketua | (..... ) |
| 2. Dini Damayanthi, S.P., M.Sc.
NIP 199607102022032014 | Sekretaris | (..... ) |
| 3. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP 198112222003122001 | Penguji | (..... ) |
| 4. Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP 196104261987032007 | Pembimbing | (..... ) |

Indralaya, September 2023
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bunga Desmita Anggraeni

NIM : 05011181823028

Judul : Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Menyatakan bahwa data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, dan bukan hasil penjiplakan atau plagiat. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, September 2023



Bunga Desmita Anggraeni

RIWAYAT HIDUP

Bunga Desmita Anggraeni sebagai penulis skripsi ini merupakan anak sulung dari dua bersaudara dan anak dari pasangan Bapak Deswardi dan Ibu Salmiati. Penulis lahir di kota Lahat, Palembang Provinsi Sumatera Selatan, pada tanggal 14 Maret 2000. Alamat rumah penulis sendiri bertempat di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat, Palembang Sumatera Selatan. Dan alamat tempat tinggal saat menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya yaitu di Jalan Nusantara, Indralaya Utara, Ogan Ilir Sumatera Selatan.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Bhayangkari Empat Lawang. Melanjutkan Sekolah Dasar di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Wonorejo Kikim Barat. Kemudian, melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di Madrasah Tsanawiyah Al-Fatah Lahat. Dan pada tahun 2018 penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Lahat. Dan diterima di Universitas Sriwijaya melalui Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri. Kini penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi Universitas Sriwijaya di Fakultas Pertanian jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Penulis memiliki cita-cita yaitu menjadi pengusaha di bidang sosial ekonomi pertanian yang akan membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang dan membahagiakan orang tua serta adik penulis.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat”.

Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Penulis memahami tanpa bantuan doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang telah membesarkan dan telah mendidik dengan baik, terimakasih juga untuk doa, cinta, kasih dan sayang yang ayah ibu berikan dengan tulus.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk membimbing dengan sabar dan selalu memberikan arahan serta masukan yang bersifat membangun kepada penulis agar penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc. selaku dosen penelaah pada seminar pra-penelitian dan selaku dosen penelaah pada seminar hasil penelitian yang telah memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si. selaku dosen penguji pada ujian akhir skripsi yang telah memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna kepada penulis.
6. Admin Prodi Agribisnis yaitu mba Dian, kak Ikhsan dan kak Ari yang telah membantu dalam proses kelengkapan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman yang selalu mendukung, selalu membantu dalam hal perkuliahan, Usi Fauziah, Asti Anggraini, Dina Atiyah dan selalu kebersamaan setiap langkah penulis pada masa-masa tersulit maupun bahagia selama kuliah.

8. Seluruh teman-teman seperjuangan dibangku kuliah yang sudah banyak membantu penulis dari semasa perkuliahan sampai dalam penyusunan tugas akhir.
9. Kakak tingkat dan adik tingkat yang ikut serta membantu penulis baik selama masa kuliah maupun dalam penyusunan tugas akhir dan juga memberikan motivasi yang membangun.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik serta saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis agar penulis dapat memperbaiki penulisan pada skripsi ini, karena penulis menyadari dalam penyusunan masih terdapat banyak kekurangan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, September 2023

Bunga Desmita Anggraeni

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Tanaman Kelapa Sawit	5
2.1.2. Lembaga Pemasaran.....	6
2.1.3. Saluran Pemasaran	7
2.1.4. Fungsi-Fungsi Pemasaran	8
2.1.5. Biaya Pemasaran	8
2.1.6. Margin Pemasaran.....	9
2.1.7. Harga.....	9
2.1.8. Transmisi Harga	10
2.2. Model Pendekatan	11
2.3. Hipotesis.....	13
2.4. Batasan-Batasan Operasional.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	16
3.1. Tempat dan Waktu	16
3.2. Metode Penelitian.....	16
3.3. Metode Penarikan Contoh	16
3.4. Metode Pengumpulan Data	17
3.5. Metode Pengolahan Data	17
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian	19

	Halaman
4.1.1. Letak Geografis dan Batas Wilayah Administrasi	19
4.1.2. Jumlah Penduduk Desa Babat Baru	19
4.1.3. Mata Pencaharian Penduduk Desa Babat Baru	20
4.1.4. Sarana dan Prasarana di Desa Babat Baru	21
4.2. Identitas Petani Sampel	21
4.2.1. Umur Petani Sampel	22
4.2.2. Tingkat Pendidikan Petani Sampel	22
4.2.3. Pengalaman Berusahatani Petani Sampel	23
4.2.4. Luas Lahan Petani Sampel	24
4.3. Identitas Pedagang Sampel	24
4.3.1. Identitas Pedagang Pengumpul	25
4.3.2. Identitas Pedagang Besar	25
4.4. Gambaran Usahatani Kelapa Sawit di Desa Babat Baru	26
4.5. Saluran Pemasaran	28
4.5.1. Analisis Saluran Pemasaran 1	30
4.5.2. Analisis Saluran Pemasaran 2	32
4.5.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran	34
4.5.4. Margin Pemasaran.....	36
4.5.5. <i>Farmer's Share</i> dan <i>Trader's Share</i>	38
4.6. Transmisi Harga.....	40
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur.....	19
Tabel 4.2. Jenis-Jenis Mata Pencaharian Penduduk Desa Babat Baru	20
Tabel 4.3. Sarana dan Prasarana Desa Babat Baru	21
Tabel 4.4. Jumlah dan Persentase Petani Sampel Berdasarkan Kelompok Umur.....	22
Tabel 4.5. Jumlah dan Persentase Petani Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	23
Tabel 4.6. Jumlah dan Persentase Pengalaman Berusahatani Petani Sampel	23
Tabel 4.7. Jumlah dan Persentase Luas Lahan Petani Sampel.....	24
Tabel 4.8. Identitas Pedagang Pengumpul	25
Tabel 4.9. Identitas Pedagang Besar	25
Tabel 4.10. Persentase Petani yang Melakukan Saluran Pemasaran 1 dan 2	31
Tabel 4.11. Volume Pembelian TBS Oleh Pedagang Pengumpul.....	32
Tabel 4.12. Volume Pembelian TBS Oleh Pedagang Besar	33
Tabel 4.13. Fungsi-Fungsi Pemasaran TBS Kelapa Sawit Pada Saluran Pemasaran Desa Babat Baru	34
Tabel 4.14. Biaya Pemasaran yang Dikeluarkan Lembaga Pemasaran	35
Tabel 4.15. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran TBS Kelapa Sawit Petani Swadaya Di Desa Babat Baru	37
Tabel 4.16. Keuntungan Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 1 dan Saluran 2.....	38
Tabel 4.17. Nilai <i>Farmer's Share</i> Pada Saluran Pemasaran TBS Kelapa Sawit.....	38
Tabel 4.18. Nilai <i>Trader's Share</i> pada Saluran Pemasaran TBS Kelapa Sawit.....	39
Tabel 4.19. Hasil Regresi Linier Sederhana Elastisitas Transmisi Harga TBS.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Model Pendekatan	12
Gambar 4.1. Skema Saluran Pemasaran 1 TBS Kelapa Sawit.....	29
Gambar 4.2. Skema Saluran Pemasaran 2 TBS Kelapa Sawit.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Sketsa Peta Desa Babat Baru	47
Lampiran 2. Identitas Petani Sampel	48
Lampiran 3. Identitas Pedagang Pengumpul.....	50
Lampiran 4. Identitas Pedagang Besar	52
Lampiran 5. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul.....	54
Lampiran 6. Biaya Pemasaran Pedagang Besar	55
Lampiran 7. Harga Beli TBS Periode Desember 2021-November 2022....	56
Lampiran 8. Analisis <i>Farmer's Share</i>	57
Lampiran 9. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana	58
Lampiran 10. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian	59

BIODATA

Nama/NIM	: Bunga Desmita Anggraeni/05011181823028
Tempat/tanggal lahir	: Babat Baru/14 Maret 2000
Tanggal Lulus	: 29 September 2023
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat.
Dosen Pembimbing Skripsi	: Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
Pembimbing Akademik	: Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.

Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Analysis of Marketing Channels and Price Transmission of Oil Palm Fresh Fruit Bunches (FFB) of Swadaya Farmers in Babat Baru Village Kikim Barat District Lahat Regency

Bunga Desmita Anggraeni¹ Elisa Wildayana²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya, Jalan Palembang-Prabumulih
Km.32, Indralaya Ogan Ilir, 30662

Abstract

Babat Baru Village is one of the areas where a large number of residents are engaged in oil palm farming. Farmers in Babat Baru Village are independent smallholders so that in the marketing process of oil palm fresh fruit bunches (FFB) to the Palm Oil Mills (PKS) it is carried out through existing marketing institutions both through collectors and wholesalers this will affect the price that farmers will receive. The objectives of this study were (1) analyzing marketing channels, marketing margins of oil palm fresh fruit bunches (FFB), and farmer share in Babat Baru village Kikim Barat district Lahat regency. (2) analyze price changes (price transmission elasticity) of palm oil at the PKS level with prices at the farmer level in Babat Baru village. The selection of research sites was done deliberately. This research was conducted in November. The data collected are primary and secondary data. The research method used is survey method. As for the sampling method using the census method and snowball sampling method. The results of the research that has been done can be concluded that there are two patterns of marketing channels in the village of Babat Baru, Kikim Barat district namely channel 1 includes farmers-merchant collectors-palm oil factories and channel 2 includes farmers-largescale-palm oil factories. On marketing channel 1 has a

marketing margin value of IDR 340/Kg, has a net profit of IDR 120/Kg and farmer share percentage of 86,1%. On channel 2 has a marketing margin value of IDR 170/Kg, with a profit of IDR 50/Kg and a farmer share percentage of 93,0%. The most efficient marketing channel is marketing channel 2 because it has a greater farmers share value and a lower marketing margin than marketing channel 1. The elasticity value of FFB transmission at the factory level to the price of FFB at the farm level is 0,85 where $E_t < 1$ indicates that the current marketing system is not efficient.

Keywords: independent smallholders, marketing channels, price transmission

¹Mahasiswa

²Pembimbing



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan pertanian masih menjadi prioritas pembangunan nasional, dimana sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan perekonomian nasional serta mendorong perkembangan industri dan sektor lainnya. Salah satu sektor pertanian yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia adalah subsektor hortikultura. Pertumbuhan subsektor perkebunan khususnya kelapa sawit memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia, baik dari segi kontribusi terhadap penerimaan negara maupun penyerapan tenaga kerja di sektor industri. Prospek perkebunan kelapa sawit yang baik mendorong pemerintah Indonesia untuk terus mengembangkan areal penanaman kelapa sawit (Tety *et al.*, 2013).

Pemerintah mengatakan minyak sawit merupakan sumber devisa penting bagi perekonomian Indonesia, dimana permintaan global terhadap produk tersebut terus meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan beralihnya pasar minyak nabati global dari yang sebelumnya didominasi konsumsi minyak kedelai yang diproduksi di negara-negara maju (Eropa) menjadi minyak sawit yang diproduksi di negara-negara berkembang seperti Indonesia, Malaysia, Papua Nugini, Nigeria, dan Ghana (Abdina *et al.*, 2018).

Kelapa sawit merupakan salah satu produk tanaman yang mempunyai peranan strategis dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sebagai produsen minyak sawit terbesar di dunia, industri minyak sawit menyediakan lapangan kerja bagi 16 juta orang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Produksi minyak sawit dan minyak inti sawit pada tahun 2018 tercatat sebesar 48,68 juta ton, yang meliputi minyak sawit mentah (CPO) sebanyak 40,57 juta ton dan minyak inti sawit (PKO) sebanyak 8,11 juta ton. Total produksi yang berasal dari perkebunan rakyat sebesar 16,8 juta ton (35%), perkebunan besar negara 2,49 juta ton (5%) dan perkebunan besar swasta 29,39 juta ton (60%) (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021).

Hampir seluruh wilayah di Sumsel dapat dimanfaatkan untuk perdagangan kelapa sawit. Setiap tahunnya, areal yang diperuntukkan bagi perdagangan kelapa sawit semakin bertambah. Berdasarkan data statistik perkebunan Indonesia (2017) selama 3 tahun terakhir, luas wilayah pada tahun 2015, 2016 dan 2017 masing-masing sebesar 952.082 hektar, 988.385 hektar dan 1.020.328 hektar yang menunjukkan pesatnya perluasan pembukaan hutan untuk penanaman kelapa sawit (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2017).

Provinsi Sumatera Selatan termasuk provinsi yang kaya akan kelapa sawit. Berdasarkan data yang ada di Dinas Perkebunan Sumsel tahun 2019, luasan perkebunan kelapa sawit yang ada di Sumsel sebanyak 1,2 juta hektar. Tersebar di 17 Kabupaten/Kota di Sumsel, antara lain: Kabupaten Lahat 47.412 ha, Empat Lawang 7.204 ha, Pagaralam 31 ha, Musi Banyuasin 314.442 ha, Banyuasin 202.756 ha, Musi Rawas 128.650 ha, Lubuklinggau 235 ha, OKU 43.590 ha, OKU Timur 21.068 ha, OKU Selatan 6.305 ha, OKI 234.290 ha, OganIlir 11.255 ha, Muara Enim 80.025 ha, Prabumulih 820 ha, Palembang 110 ha, Muratara 89.035 ha, dan Pali 36.146 ha (Trisnawati, 2021).

Kecamatan Kikim Barat merupakan daerah penghasil kelapa sawit terbesar di Kabupaten Lahat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2016) hasil produksi tanaman perkebunan kelapa sawit rakyat sebesar 25.560 ton/tahun. Dan Desa Babat Baru merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat. Yang mata pencaharian masyarakat pada umumnya sebagai petani baik berusahatani kelapa sawit maupun karet. Luas perkebunan yang dimiliki masyarakat bervariasi. Dalam pengelolaan usahatani dilakukan secara swadaya/mandiri.

Petani swadaya adalah petani yang membuka dan mengelola kebun dengan modal dan kegiatan usaha sendiri, mulai dari pembelian sarana dan prasarana produksi hingga pemasaran hasil panen berupa tandan buah segar (TBS). Pemasaran berupa TBS di pabrik, dilakukan oleh petani kelapa sawit melalui pengaturan saluran pemasaran yang ada melalui pedagang pengumpul atau pedagang besar, yang akan mempengaruhi harga yang dikenakan oleh produsen (Nasution, 2021).

Secara umum, besar kecilnya margin pemasaran adalah ukuran yang paling umum digunakan untuk mendeteksi inefisiensi pemasaran yang disebabkan oleh kekuatan pasar yang tidak sempurna. Namun perlu dicatat bahwa margin perdagangan yang tinggi tidak selalu mencerminkan adanya kekuatan monopsoni yang secara teoritis menghasilkan keuntungan yang berlebihan bagi para pedagang (*non zero profit*). Memang benar, besar kecilnya keuntungan pemasaran pada dasarnya berhubungan dengan total biaya pemasaran, termasuk biaya operasional pemasaran yang ditanggung pedagang (biaya transportasi, penyimpanan, sortasi, grading) dan margin keuntungan pedagang (Irawan, 2007).

Perbedaan pilihan saluran pemasaran dapat mengakibatkan variasi harga yang diterima petani. Hal ini disebabkan keterlibatan berbagai agen pemasaran dalam setiap saluran. Panjang saluran pemasaran mempengaruhi biaya tambahan yang dikeluarkan oleh setiap agen pemasaran. Sebaliknya, jika saluran lebih pendek, biaya pemasaran dan margin keuntungan cenderung lebih rendah, sehingga dapat menghasilkan harga yang lebih tinggi untuk produsen. Ini juga dapat memengaruhi harga yang dibayar konsumen, karena semakin rendah harga yang dibebankan kepada konsumen (Daniel, 2005).

Dinamika harga jangka pendek bahan baku pertanian di wilayah konsumsi pada umumnya mengikuti pola yang sama dengan dinamika harga di wilayah produksi. Ini karena permintaan di wilayah produksi tergantung pada permintaan di sektor konsumen. Apabila harga di pasar konsumen naik karena permintaan yang meningkat, kenaikan harga tersebut akan diteruskan kepada petani oleh pedagang, sehingga harga di pasar produsen juga akan meningkat. Namun, proses perubahan harga dari pasar konsumen ke pasar produsen tidak selalu berjalan sempurna dan seragam. Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan harga di pasar konsumen tidak semua kenaikan harga tersebut akan diteruskan kepada petani, dan demikian pula jika terjadi penurunan harga. Model transmisi ini menghasilkan fluktuasi harga yang cenderung lebih tinggi di pasar konsumen dibandingkan fluktuasi harga di pasar produsen. Selisih fluktuasi harga akan semakin besar ketika transmisi harga menjadi lebih tidak sempurna dan asimetris (Irawan, 2007).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dari itu peneliti ingin menganalisis lebih lanjut mengenai pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit pada petani swadaya di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran, margin pemasaran TBS kelapa sawit dan *farmer's share* di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat?
2. Bagaimana pengaruh perubahan harga (elastisitas transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani di Desa Babat Baru?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran TBS kelapa sawit dan *farmer's share* di Desa Babat Baru Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat.
2. Menganalisis pengaruh perubahan harga (elastisitas transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani di Desa Babat Baru.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah, lembaga pemasaran yang terlibat dan produsen kelapa sawit dalam upayanya meningkatkan pendapatan keluarga petani kelapa sawit di Desa Babat Baru.
2. Bagi pembaca, diharapkan mampu menjadi tambahan ilmu serta sebagai bahan pustaka bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdina.F. Sarim S. dan Harso K. 2018. *Analisis Dampak Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Asahan*. Universitas Medan Area. Seminar Nasional Pengembangan Agribisnis Perkebunan dalam Menghadapi Persaingan Global.
- Ajang. 2021. *Analisis Efisiensi Pemasaran dan Transmisi Harga Usahatani Kelapa Sawit di Desa Pura Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan*. Skripsi. Universitas Borneo Tarakan.
- Azzaino, Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor : Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, IPB.
- Ariningsih, A.,Hendiarto, Jamal, G. 2008. Analisis Kebijakan Penentuan Harga Pembelian Gabah. *Pengembangan Inovasi Pertanian* 1(1): 74-81. Pusat Analisis Sosial Ekonomi & Kebijakan Pertanian, Bogor. Departemen Pertanian.
- Daniel, M. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara. Jakarta. 166 hal.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2017. *Statistik Perkebunan Indonesia*. Sekretariat Direktorat Jendral Perkebunan.
- Fatmawati dan Zulham. 2019. Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea mays*) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Tecnology Journal* 2(1).
- Hasyim, AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Jamilah. 2007. Analisis Kinerja Pasar pada Pemasaran Jagung. *Jurnal Eksekutif* 4(3).
- Irawan, B. 2007. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian* 5 (4): 358-373.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian. 2021. *Industri Kelapa Sawit Indonesia: Menjaga Keseimbangan Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2921/industri-kelapa-sawit-indonesia-menjaga-keseimbangan-aspek-sosial-ekonomi-dan-lingkungan>.(Diakses pada 28 Agustus 2022).
- Kotler, P. 1992. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta.
- Kusumah, T. A., 2018. Elastisitas Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah. *Economics Development Analysis Journal* 7 (3): 296-300.

- Lastinawati, E., A. Mulyana, I. Zahri dan Sriati. 2018. Analisis Transmisi Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Lahan Suboptimal* 7 (1):43-49.
- Nasution, K. 2021. Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan Provinsi Sumatera Utara. *Wahana Inovasi*. 10(1) : 236.
- Nasution, Y. S. J. 2012. Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Media Syari'ah* 14(1): 253
- Novida, A. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Petani Rakyat di Desa Prapat Janji Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan*. Skripsi. Universitas Medan Area. Medan.
- Pahan, I. 2012. *Panduan Lengkap Kelapa Sawit, Manajemen Agribisnis dari Hulu ke Hilir*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahmanta. 2017. Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Agrica Ekstensia* 11(1) : 33-39.
- Sumartono, E., Melly S., Redy B. dan Agus R. 2018. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar di Kecamatan Putri Hijau Kabupaten Bengkulu Utara. *Journal of Agribusiness* 4(1) : 28-35.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Suheri, E. 2012. *Penentuan Kadar Kotoran pada CPO (Crude Palm Oil) dengan Metode Gravimetri di PTPN VI Unit Usaha Adolina*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Supriyono, R. 2013. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya, serta Pengambilan Keputusan*. BPFE, Yogyakarta.
- Stanton, W.J. 1993. *Prinsip Pemasaran Jilid 2*. (diterjemahkan oleh : Sadu Sundaru). Erlangga, Jakarta.
- Tety, E., Evi M., dan Selviana D., 2013. Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapun Kabupaten Kampar. *Pekbis Jurnal* 5(1): 13-23.
- Trisnawati, L. 2021. Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit di Sumsel. (Diakses pada 30 Agustus 2022).
- Yolanda, S.M. 2021. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit Petani Swadaya di Desa Sidomulyo Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin*. Skripsi. Universitas Sriwijaya, Palembang. (tidak dipublikasikan)